

BAB I

PENDAHULUAN

I.A. LATAR BELAKANG

Dalam kehidupan manusia pasti tak bisa terhindarkan dari media massa, mulai dari televisi, buku, surat kabar, maupun jaringan internet. Semua informasi yang dibutuhkan oleh manusia berasal dari media massa tersebut. Dari sekian banyak media massa yang ada, dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak merupakan alat komunikasi yang dibuat dengan mencetaknya terlebih dahulu (Djuroto, 2000:11). Kelemahan media massa cetak dibandingkan dengan media elektronik adalah mengenai kecepatan. Televisi, radio, dan jaringan internet mampu memberikan berita pada saat kejadian berlangsung, berbeda dengan media massa cetak yang harus menunggu saat naik cetak. Kelemahan ini digunakan media massa cetak sebagai kekuatan yaitu memberikan informasi secara lebih lengkap dan tidak terpotong-potong seperti media elektronik pada umumnya.

Kemunculan berbagai media cetak seperti tabloid pada akhirnya akan menciptakan persaingan media. Industri tabloid saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara mendapatkan jumlah khalayak atau pembaca yang besar. Media berusaha mendapatkan jumlah pembaca yang besar dengan cara memberikan kepada masyarakat yang diinginkan atau diharapkan melalui berita atau informasi yang ada, sehingga timbul kepuasan. Konsep kepuasan merupakan hal yang penting bagi sebuah media. Semakin tinggi

kepuasan khalayak terhadap isi sebuah media cetak, menunjukkan tingginya kepercayaan dari khalayak terhadap media cetak tersebut akan berita dan informasinya.

Tabloid merupakan salah satu dari banyak jenis media cetak. Jenis berdasarkan isinya pun bermacam-macam, yaitu tabloid film, tabloid musik, tabloid fashion, tabloid anak muda, tabloid arsitektur, dan masih banyak lagi. Berbeda dengan surat kabar, tabloid biasanya tidak terbit secara harian namun mingguan atau bahkan bulanan. Dengan begitu isinya pun pasti berbeda bila dibandingkan dengan surat kabar. Tabloid mempunyai daya tarik yang berbeda daripada media cetak lainnya yaitu tampilan yang lebih berwarna dan lebih variatif dalam pengemasannya. Tabloid menampilkan artikel-artikel yang dikemas dengan bahasa yang lebih ringan sehingga mudah dimengerti oleh pembacanya, dengan paduan gambar-gambar yang menarik.

Media massa yang dibaca oleh komunitas sangat beragam, begitu pula dengan jenisnya. *Magic Wave* adalah salah satu tabloid yang mengangkat tentang dunia *surfing*. Tabloid yang berdiri sejak tahun 2002 yang lalu ini sudah dikenal oleh para surfer tidak hanya di daerah Bali dan sekitarnya, tetapi sudah dikenal secara nasional. Isu-isu utama yang disajikan dalam majalah ini berkisar pada permasalahan *surfing*. Keindahan alam pulau Bali sangat terkenal di Indonesia maupun mancanegara. Oleh karena itu pariwisata di Bali sangat hidup, begitu juga dengan *surfing*. Hampir seluruh laut di Bali, ombaknya bisa digunakan untuk *surfing*. Tidak hanya penduduk setempat yang suka *surfing*, tetapi wisatawan mancanegara dari berbagai daerah berdatangan ke Bali untuk berolahraga *surfing*.

(Sumber wawancara dengan Piping Irawan selaku *Editor in Chef* di *Magic Wave* tanggal 22 November 2011).

Ada beberapa media cetak di Bali yang mengupas tentang dunia *surfing*, diantaranya yang paling dikenal oleh komunitas *surfing* yaitu *Surftime* dan *Magic Wave*. Keberadaan dua media tersebut sangat kentara di Bali. Tetapi *Magic Wave* lebih dikenal oleh kalangan para surfer. Tabloid *Magic Wave* merupakan tabloid gratis yang terbit satu bulan sekali. *Magic Wave* merupakan sebuah media yang bisa menjadi acuan atau rekomendasi untuk pembaca dan juga untuk menjembatani semua aktivitas *surfing* antar komunitas di Indonesia. Baik kegiatan atau kontes *surfing*, lokasi untuk *surfing* yang menarik hingga tempat-tempat nongkrong para komunitas *surfing* yang menyenangkan. Seiring dengan perkembangannya, *Magic Wave* tidak hanya menjadi tabloid yang memberikan rekomendasi dan informasi saja, tetapi juga menjadi tabloid yang layak dikoleksi. Isu-isu atau berita yang diangkat masih akan menarik sampai beberapa tahun ke depan.

Konten tabloid *Magic Wave* juga tidak seluruhnya berisi tentang *surfing* saja, tetapi juga berisi tentang informasi umum seputar *urban lifestyle*. Selain mengangkat tentang *surfing*, *Magic Wave* juga mengangkat tentang kehidupan para surfer serta kegiatan-kegiatan yang dilakukannya. *Magic Wave* juga memberikan informasi seputar olahraga lain selain *surfing*, misalnya *skateboarding*, *BMX*, *Kite Surfing*, *Mountain Biking*, dan lain sebagainya. *Magic Wave* didistribusikan diseluruh komunitas *surfing* dan tempat-tempat wisata di

Bali. Selain itu, di berbagai wilayah di Indonesia *Magic Wave* juga dibagikan secara gratis.

Informasi yang diberikan *Magic Wave* sangat membantu komunitas *surfing*. *Magic Wave* juga mengadakan kontes *surfing* tiga kali dalam kurun waktu setahun. Hal tersebut bertujuan membantu para surfer untuk mencetak prestasi dan memajukan *surfing*. Seminggu sekali *Magic Wave* juga mengajak para surfer untuk berlatih atau main *surfing* bersama. Kemunculan *Magic Wave* setiap bulannya selalu ditunggu-tunggu oleh komunitas *surfing* di Indonesia, khususnya Bali. Oleh karena itu, penulis tertarik meneliti tentang intensitas membaca *Magic Wave* terhadap kepuasan komunitas *surfing* di Bali.

Bukit Board Riders adalah salah satu komunitas *surfing* yang ada di Bali. Komunitas ini berpusat di daerah Bukit Pecatu Bali yang meliputi pantai Uluwatu, Padang-Padang, Bingin, Dreamland, dan Balangan. Pantai di kawasan Pecatu ini sedikit berbeda dengan pantai-pantai yang lainnya di Bali. Pantainya dikelilingi oleh tebing-tebing yang tinggi dan karang yang besar disekitar pantai. Sehingga dibutuhkan keberanian dan kemampuan yang cukup untuk *surfing* diantara tebing dan karang. Ada tantangan tersendiri bagi anggota *Bukit Board Riders* saat *surfing*. Hal inilah yang membedakan *Bukit Board Riders* dengan komunitas *surfing* lainnya di Bali (Sumber wawancara dengan Piping Irawan selaku *Editor in Chef* di *Magic Wave* tanggal 22 November 2011).

Dalam prakteknya media massa melaksanakan empat fungsi, yaitu: *pertama*, media melengkapi kita dengan informasi tentang lingkungan sekitarnya; *kedua*, media massa melengkapi kita sebagai tempat pelarian untuk melepaskan

ketegangan yang terus menerus dan dari masalah-masalah yang menghimpit serta sebagai suatu sarana untuk mengeluarkan perasaan; *ketiga*, media merupakan sarana untuk menunjukkan kepribadian, meneliti realitas dan memperkuat nilai, dan *keempat* media melengkapi kita dengan informasi untuk mengetahui dan berhubungan dengan lingkungan sosial kita atau lingkungan sosial lainnya.

Beberapa contoh penelitian yang berkaitan dengan penggunaan media dan kepuasan yang diartikan dalam berbagai hal, yang pertama adalah skripsi yang ditulis oleh Theresia Garudiasari Septianty Poety dengan judul *Penggunaan Media dan Kepuasan Membaca Surat Kabar Suara Merdeka* (2010). Penelitian ini membuktikan bahwa ada hubungan antara penggunaan media dengan kepuasan pembaca Suara Merdeka. Hal ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification* yang menganggap bahwa khalayak adalah aktif. Khalayak menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Suara Merdeka dianggap telah dapat memenuhi kebutuhan pejabat pemerintah di Kabupaten Grobogan sehingga memberikan kepuasan bagi pembacanya (Poety, 2010:193).

Skripsi lain yang menggunakan teori yang sama yaitu skripsi Dimas Priyandana Utama dengan judul *Kepuasan Remaja Terhadap Berita Rubrik Gelanggang Muda SKH Kompas Jogja* (2010), mengaitkan dengan teori *Uses and Gratification*. Berdasarkan penelitiannya diketahui remaja Madrasah Aliyah merupakan khalayak aktif yang selektif dalam proses konsumsi media yang mereka pilih untuk digunakan dan ketidakpuasan remaja Madrasah Aliyah dikarenakan dari keseluruhan kategori motif yaitu motif informasi, motif identitas personal, motif interaksi sosial dan motif hiburan (Utama, 2010:102).

Berangkat dari pentingnya konsep kepuasan bagi media massa, membuat penulis tertarik untuk meneliti pengaruh intensitas membaca tabloid *Magic Wave* terhadap kepuasan komunitas *surfing* di Bali. Menjadi menarik untuk meneliti kepuasan pembaca karena sasaran utama *Magic Wave* adalah mereka yang terjun di dunia *surfing*.

I.B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Apakah ada pengaruh intensitas membaca tabloid *Magic Wave* terhadap kepuasan anggota *Bukit Board Riders Bali*?

I.C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh intensitas membaca tabloid *Magic Wave* terhadap kepuasan komunitas *surfing* Bali, khususnya komunitas *Bukit Board Riders Bali*.

I.D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi ilmu komunikasi dalam penggunaan media massa. Serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya saat melakukan penelitian dengan topik serupa.

2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bukti bahwa adanya relevansi antara teori dengan fenomena komunikasi yang diteliti.

I.E. KERANGKA TEORITIK

1. Khalayak

Konsep khalayak tidak bisa terlepas dari konsep komunikasi massa. Komunikasi massa selalu ditujukan kepada khalayak yang banyak dan tersebar atau diistilahkan sejumlah populasi dari berbagai kelompok (Elvinaro & Lukiati, 2004:5). Sehingga komunikasi massa memiliki unsur kerempakan penerimaan pesan oleh komunikan. Pesan dapat sampai pada saat yang sama kepada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. Dalam komunikasi massa khalayak merupakan massa atau sejumlah besar khalayak. (Elvinaro & Lukiati, 2004:40). Di sini khalayak penelitian sesuai dengan segmentasi tabloid *Magic Wave* sendiri. Target khalayak yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah komunitas *surfing* yang ada di Bali yaitu *Bukit Board Riders* Bali.

2. *Uses and Gratification*

Dalam bukunya, Kriyantono menyatakan bahwa media yang efektif adalah media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak. Konsep dasar teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan

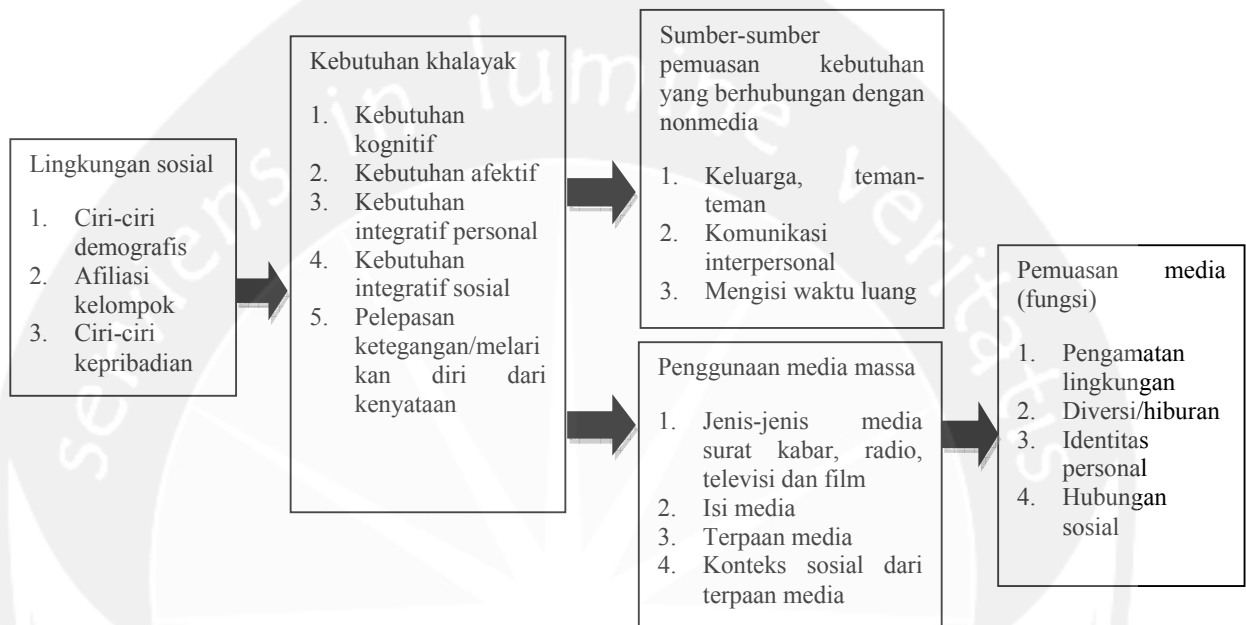
menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan (Kriyantono, 2008:206).

Teori *uses and gratification* bertujuan untuk menjawab atau menjelaskan bagaimana pertemuan antara kebutuhan seseorang dengan media, atau lebih khusus lagi informasi yang terdapat dalam media, terutama media massa (Yusup, 2009:208). Manusia selalu hidup dalam lingkungan sosial tertentu, dimana dalam setiap interaksi mereka selalu membutuhkan sebuah komunikasi dalam bentuk apapun. Manusia tidak dapat hidup sendiri, ia akan selalu membutuhkan orang lain dan lingkungan sekitarnya untuk tetap bertahan hidup. Untuk itu diperlukan adanya suatu komunikasi yang baik dan kontinyu.

Proses komunikasi akan berjalan dengan baik jika setiap unsur di dalamnya mampu melaksanakan fungsinya dengan baik. Seorang komunikator (*Who*) misalnya, harus bisa dengan tepat dan cermat menyampaikan pesan (*Says What*) kepada komunikan (*to Whom*). Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penerimaan pesan, dan bisa mewujudkan efek yang diinginkan.

Uses and gratification pada dasarnya mempelajari bahwa kebutuhan-kebutuhan psikologis dan sosial manusia menimbulkan harapan yang tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang mengakibatkan munculnya pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan.

Hubungan model *Uses and Gratification* dapat digambarkan sebagai berikut (Liliweri, 1991:135) :



Gambar 1.1.

Model Uses and Gratification

Model ini dimulai dengan adanya lingkungan sosial yang menentukan semua kebutuhan kita. Lingkungan sosial meliputi ciri-ciri demografis, afiliasi kelompok, ciri-ciri kepribadian. Khalayak dalam model ini mempunyai kebutuhan misalnya kebutuhan kognitif, afektif, integratif personal, integratif sosial, maupun kebutuhan untuk melepaskan ketegangan atau melarikan diri dari kenyataan. Kebutuhan tersebut dapat dipuaskan melalui sumber lain maupun media massa. Melalui sumber lain kebutuhan dapat terpenuhi melalui keluarga, teman-teman, komunikasi interpersonal (antar pribadi), maupun mengisi waktu luang dengan

berbagai cara misalnya melalui penyaluran hobi sampai minum obat tidur sekalipun. Kebutuhan melalui media massa dipenuhi melalui surat kabar, radio, televisi, film baik dalam isinya maupun melalui daya terpaannya serta konteks sosial tempat dimana terpaan berlangsung. Model ini ditutup dengan perumusan khalayak melalui pemanfaatan atau pemberfungsian media sebagai pengamatan lingkungan, diversifikasi dan hiburan, sebagai peneguhan identitas personal maupun penghubung sosial (Liliweri, 1991:136).

Secara umum Katz, Guveritch dan Haas dalam bukunya Liliweri yang berjudul Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat, berkeyakinan terhadap tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklasifikasikan dalam 5 kelompok, yaitu:

1. Kebutuhan kognitif

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan, serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif juga dapat terpenuhi dengan adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan dan menjelajah pada diri kita.

2. Kebutuhan afektif

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

3. Kebutuhan integratif personal

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.

4. Kebutuhan integratif sosial

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman dan dengan alam sekelilingnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.

5. Kebutuhan akan pelarian

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan dan kebutuhan akan hiburan.

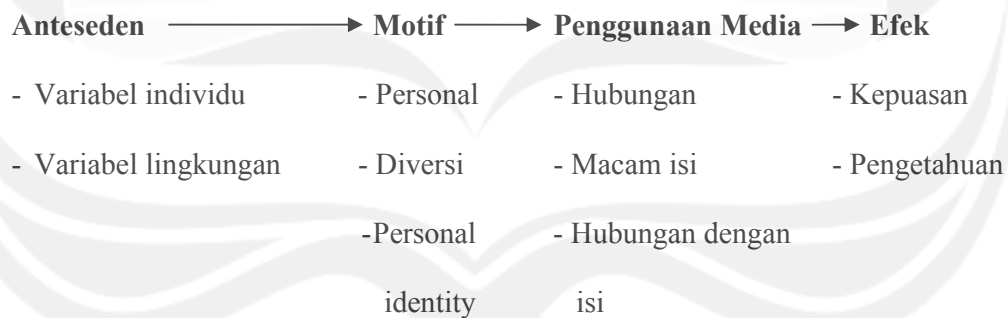
Beberapa pengertian yang diungkapkan para ahli menyimpulkan bahwa pendekatan *uses and gratification* menjelaskan:

1. Khalayak berperan penting dalam proses komunikasi, mereka aktif dan selektif dalam menggunakan media.
2. Penggunaan media massa merupakan salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan khalayak.
3. Motif dan kepuasan khalayak merupakan faktor yang menentukan penggunaan media mereka.
4. Berarti bukan media yang menggunakan khalayak untuk kepentingan, melainkan khalayaklah yang menggunakan media untuk

kepentingannya. Orang mempunyai kebutuhan-kebutuhan atau keinginan-keinginan yang dapat dipenuhi dengan menggunakan media. Kebutuhan khalayak tersebut seperti kebutuhan informasi, pengetahuan, dan hiburan. Semuanya itu dapat diperoleh melalui media.

Terpaan media menurut Rosengren (1974), dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi media yang dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan (Rakhmat:2001,66).

Teori *uses and gratification* divisualisasikan melalui gambar berikut:



Model *Uses and Gratification* (Kriyantono: 2007, 206)

a. Variabel anteseden terbagi atas dua dimensi, yaitu (Rakhmat: 2005, 66-67):

1. Individual: dimensi ini menyajikan informasi perihal data demografis seperti usia, jenis kelamin, dan faktor-faktor psikologis komunikan.
2. Lingkungan: dimensi ini dapat terdiri atas mengenai organisasi, sistem sosial, dan struktur sosial.

b. Variabel motif terbagi atas tiga dimensi, yaitu:

1. Personal: dimensi ini menyajikan informasi perihal data kebutuhan akan informasi, dan *surveillance* atau eksplorasi realitas.
2. Diversi: dimensi ini menyajikan informasi perihal data kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.
3. *Personal identity* atau identitas personal: dimensi ini menyajikan perihal data tentang bagaimana penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau situasi khalayak sendiri.

c. Variabel penggunaan media terbagi atas tiga dimensi, yaitu:

1. Jumlah waktu: dimensi ini menyajikan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media.
2. Jenis isi media: dimensi ini menyajikan jenis media yang dipergunakan.
3. Hubungan: dimensi ini menyajikan perihal hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

d. Variabel efek terbagi menjadi tiga dimensi, yaitu:

1. Kepuasan: dimensi ini menyajikan informasi perihal evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan.
2. Pengetahuan: dimensi ini menyajikan perihal persoalan tertentu.
3. Dependensi media: dimensi ini menyajikan informasi perihal ketergantungan responden pada media dan isi media untuk kebutuhannya.

Melalui pendekatan teori penelitian *uses and gratification* kita pun dapat mengetahui penggolongan sosial khalayak, perbedaan khalayak yang didasarkan pada penggunaan, pemberfungsian media massa serta tingkat kepuasan terhadap pesan-pesan media dari khalayaknya.

Dari pendekatan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa kebutuhan sosial dan psikologis khalayak akan mendorong timbulnya pencarian kepuasan terhadap media untuk memenuhi kebutuhan. Di sini kemudian timbul suatu pola konsumsi media yang mengakibatkan terciptanya suatu kepuasan tertentu pada diri khalayak.

Berangkat dari kerangka teori di atas, maka peneliti ingin mengetahui pula kepuasan yang diperoleh pembaca tabloid *Magic Wave* di Bali, khususnya anggota komunitas *Bukit Board Riders* Bali terkait dengan pola penggunaan media disini yaitu tabloid *Magic Wave*.

I.F. KERANGKA KONSEP

Dalam penelitian, seorang peneliti menggunakan istilah yang khusus untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang hendak ditelitinya. Inilah yang disebut konsep, yakni istilah dan definisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak: kejadian, keadaan, kelompok atau individu yang menjadi pusat perhatian ilmu sosial (Singarimbun & Effendi, 1989:33).

Penjabaran atas konsep ini dimulai dari intensitas membaca yang berpengaruh terhadap kepuasan pembaca. Intensitas membaca media dipengaruhi oleh kebutuhan individu terhadap informasi. Artinya semakin sering usaha

individu dalam mencari informasi dari media, maka semakin sering konsumsi individu terhadap media. Bahkan jauh sebelum seseorang mengkonsumsi informasi dari sebuah media, individu sebenarnya telah mengetahui efek penggunaan media bagi dirinya.

Dalam penelitian ini intensitas membaca melingkupi kegiatan anggota *Bukit Board Riders* dalam mengkonsumsi tabloid *Magic Wave*, membaca tulisan dan memberikan komentar. Intensitas membaca secara langsung atau tidak langsung dipengaruhi oleh umur, masa *surfing* dan tingkat pendidikan mereka. Selain itu, ciri demografis juga merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan pembaca. Sehingga penulis merasa perlu untuk melihat hubungan antara karakteristik demografis pembaca dengan intensitas membaca yang berpengaruh terhadap kepuasan pembaca tersebut. Dalam penelitian ini, ciri demografis yang digunakan adalah usia, masa *surfing* dan tingkat pendidikan dari anggota *Bukit Board Riders*.

Sedangkan kepuasan pembaca, suatu keadaan dan perasaan kesenangan yang dialami oleh khalayak karena motif atau kebutuhan mereka telah terpenuhi dengan membaca media. Keadaan tersebut bisa diketahui antara lain dari terpenuhi tidaknya kebutuhan khalayak akan berita atau informasi seputar dunia *surfing* dari tabloid *Magic Wave*, apa yang menyebabkan khalayak menyukai media ini dan apakah mereka benar-benar senang dengan media ini. Penelitian ini menggunakan model *uses and gratification* yang mengukur tingkat kepuasan khalayak dengan terpenuhi tidaknya motif khalayak yaitu motif kognitif, motif diversifikasi, dan motif identitas personal. Yang dimaksud dengan motif kognitif adalah

kebutuhan akan pengetahuan dan informasi. Motif diversifikasi adalah kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Motif identitas personal adalah penggunaan media untuk memperkuat jati diri seseorang.

Dari uraian di atas, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Pengaruh (X)

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terpengaruh (Kriyantono, 2006:21). Variabel pengaruh dalam penelitian ini adalah intensitas membaca.

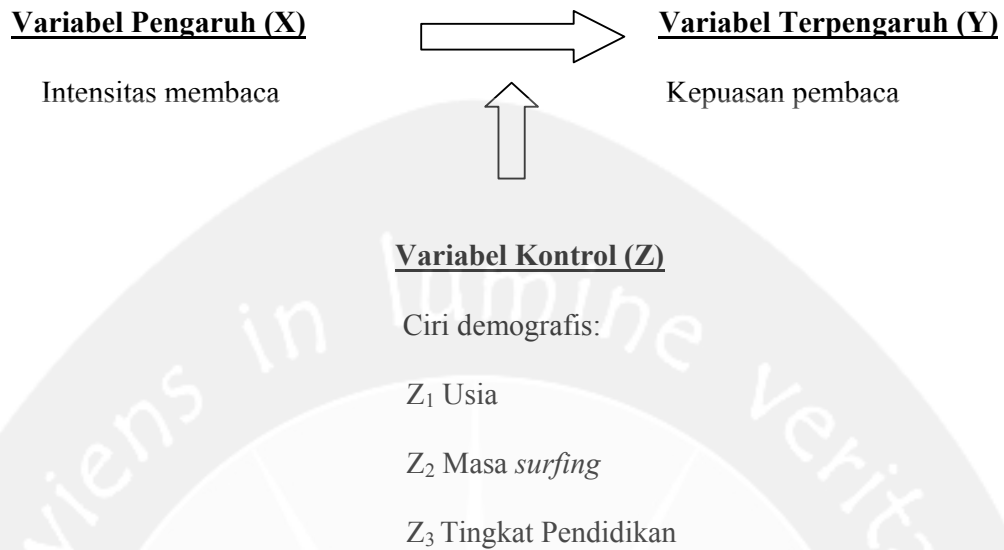
2. Variabel Terpengaruh (Y)

Merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Kriyantono, 2006:21). Variabel terpengaruh dalam penelitian ini adalah kepuasan pembaca.

3. Variabel Kontrol (Z)

Tujuannya untuk membatasi variabel pengaruh atau untuk mengeliminasi faktor pengaruh yang tak diinginkan (Kriyantono, 2006:23). Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah ciri demografis pembaca yaitu usia, masa *surfing* dan tingkat pendidikan mereka.

Berikut skema hubungan antar variabel dalam penelitian ini:



I.G. HIPOTESIS

Sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Hubungan X terhadap Y
 - a. Hipotesis teoritis
Intensitas membaca mempengaruhi kepuasan pembaca setelah membaca tabloid *Magic Wave*.
 - b. Hipotesis Nol
Intensitas membaca tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembaca setelah membaca tabloid *Magic Wave*.
2. Hubungan Z₁ terhadap X dan Y
 - a. Hipotesis teoritis
Usia berpengaruh terhadap hubungan intensitas membaca dengan kepuasan pembaca dalam membaca tabloid *Magic Wave*.

b. Hipotesis nol

Usia tidak mempengaruhi hubungan intensitas membaca dengan kepuasan pembaca dalam membaca tabloid *Magic Wave*.

3. Hubungan Z_2 terhadap X dan Y

a. Hipotesis teoritis

Masa *surfing* berpengaruh terhadap hubungan intensitas membaca dengan kepuasan pembaca dalam membaca tabloid *Magic Wave*.

b. Hipotesis nol

Masa *surfing* tidak mempunyai pengaruh terhadap hubungan intensitas membaca dengan kepuasan pembaca dalam membaca tabloid *Magic Wave*.

4. Hubungan Z_3 terhadap X dan Y

a. Hipotesis teoritis

Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap hubungan intensitas membaca dengan kepuasan pembaca dalam membaca tabloid *Magic Wave*.

b. Hipotesis nol

Tingkat pendidikan tidak mempunyai pengaruh terhadap hubungan intensitas membaca dengan kepuasan pembaca dalam membaca tabloid *Magic Wave*.

I.H. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional dibuat untuk membatasi indikator yang diinginkan peneliti dalam penelitian, sehingga apapun variabel penelitian, semuanya hanya muncul dari konsep tersebut (Bungin, 2005:59).

I.H.1. Intensitas Membaca

Variabel (X) dalam penelitian ini yaitu intensitas membaca tabloid *Magic Wave*. Seberapa sering seorang konsumen membaca atau meminjam dalam mengkonsumsi media tersebut, dalam hal ini tabloid *Magic Wave*. Variabel intensitas membaca diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

- Waktu penggunaan media. Pembaca dikatakan membaca apabila:
 - a. Dengan meluangkan waktu khusus
 - b. Dengan cara membaca pada waktu luang saja
 - c. Dengan cara membaca diselingi aktivitas lain

I.H.2. Kepuasan Pembaca

Pembaca memiliki motif-motif tertentu untuk memuaskan kebutuhannya. Kategori kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

- Motif Kognitif yaitu kebutuhan akan pengetahuan dan informasi. Pembaca dikatakan memiliki motif kognitif apabila:
 - a. Dapat mengetahui berita atau informasi seputar pengetahuan umum tentang *surfing* di pulau Bali.

- b. Dapat mengetahui seputar lomba atau kontes *surfing* di Bali maupun di luar pulau Bali.
- c. Dapat menemukan referensi mengenai tempat makan atau penginapan seputar Bali.
- Motif Diversi yaitu kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Pembaca dikatakan memiliki motif diversi apabila:
 - a. Dapat mengisi waktu luang dan bersantai.
 - b. Mendapatkan hiburan dan kesenangan.
 - c. Dapat melepaskan diri dari permasalahan.
- Motif Identitas Personal yaitu penggunaan media untuk memperkuat jati diri seseorang. Pembaca dikatakan memiliki motif identitas personal apabila:
 - a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pembaca itu sendiri.
 - b. Dapat meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri terutama dalam hal *surfing*.
 - c. Memperoleh nilai lebih sebagai pembaca.

Cara mengukurnya yaitu dengan pemberian skor yang dilakukan menggunakan skala Likert dengan empat alternatif jawaban. Skala adalah ukuran gabungan yang didasarkan pada struktur intensitas pertanyaan-pertanyaan. Dengan demikian skala Likert sebenarnya bukan skala, melainkan suatu cara yang lebih sistematis untuk memberi skor pada indeks (Singarimbun dan Sofyan

Effendi, 2006:111). Skoring dilakukan dengan cara menentukan skor tiap *item* dari tiap-tiap kuesioner sehingga diperoleh skor total dari tiap kuesioner tersebut untuk masing-masing individu. Hasil yang diperoleh selanjutnya diinterpretasikan.

Untuk skor masing-masing *item* adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : mendapat skor 4
- b. Setuju (S) : mendapat skor 3
- c. Tidak Setuju (TS) : mendapat skor 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) : mendapat skor 1

Dihilangkannya pilihan jawaban Tidak Tahu (TT) dalam penelitian ini, karena:

1. Kategori Tidak Tahu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban.
2. Disediakkannya jawaban di tengah-tengah mengakibatkan responden akan cenderung memilih memilih jawaban di tengah-tengah terutama bagi responden yang Tidak Tahu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu, responden memilih jawaban Tidak Tahu untuk memilih amannya.
3. Disediakkannya jawaban di tengah-tengah akan menghilangkan banyaknya data dalam penelitian, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang.

I.H.3. Ciri Demografis

Variabel (Z) dalam penelitian ini yaitu ciri demografis usia, tingkat pendidikan dan masa *surfing* pembaca tabloid *Magic Wave*. Variabel usia dan masa *surfing* diukur menggunakan skala interval. Skala interval adalah skala yang

menunjukkan jarak antara satu data dengan data lainnya dan mempunyai bobot atau jarak atau interval yang sama (Kriyantono, 2007:133). Variabel ini diukur menggunakan indikator sebagai berikut:

- Usia :
 - a. 10 – 20 tahun
 - b. 21 – 30 tahun
 - c. 31 – 40 tahun
 - d. Diatas 40 tahun
- Masa *surfing*
 - a. 0 – 5 tahun
 - b. 6 – 10 tahun
 - c. > 10 tahun

Sedangkan untuk tingkat pendidikan diukur menggunakan skala ordinal yaitu data yang menunjukkan tingkatan atau urutan tertentu (Kriyantono, 2007:42). Indikator variabel tingkat pendidikan adalah sebagai berikut:

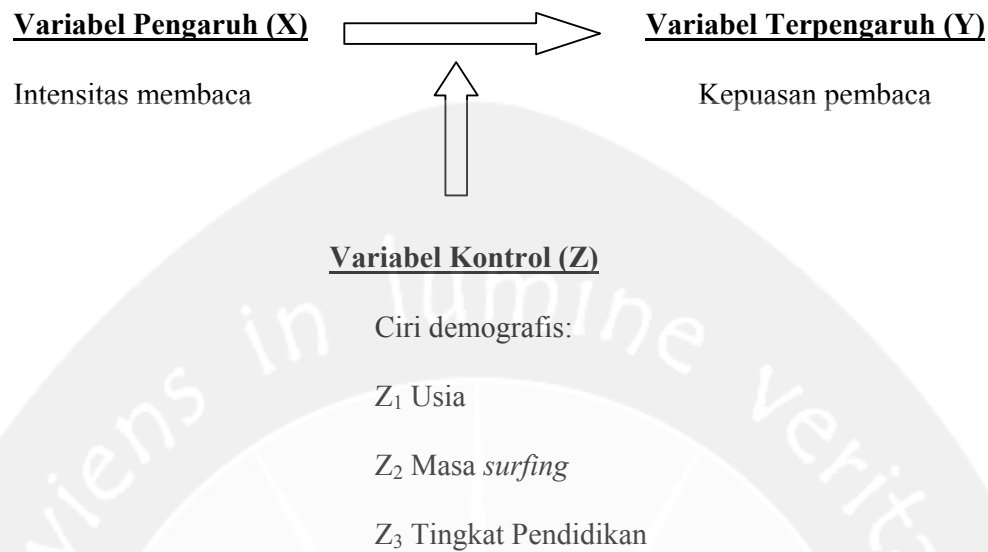
- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. D3
- e. S1

I.I. VARIABEL PENELITIAN

Beberapa variabel yang akan digunakan dalam penelitian kuantitatif merupakan karakter yang akan di observasi dari unit yang diamati. Variabel merupakan konsep yang mengandung variasi nilai (Usman dan Purnomo,2008:8). Dari definisi tersebut dapat dikatakan bahwa variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini masing-masing akan berisi variasi nilai yang nantinya akan dioperasionalisasikan sehingga dapat diukur.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas (*Independent Variable*), variabel terikat (*Dependent Variable*) dan variabel kontrol. Variabel bebas merupakan faktor yang mempengaruhi faktor lain (Nawawi,1993:57). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah “Pengaruh Intensitas Membaca Tabloid *Magic Wave*” sedangkan variabel terikat merupakan faktor yang dipengaruhi atau faktor yang muncul karena adanya variabel bebas (Nawawi,1993:57). Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah “Kepuasan Anggota *Bukit Board Riders Bali*” yang meliputi aspek kognitif, afektif, serta behavioral. Untuk variabel kontrolnya yaitu ciri demografis yang meliputi usia, tingkat pendidikan dan masa *surfing*.

Untuk lebih jelasnya, berikut skema hubungan variabel dalam penelitian ini:



I.J. METODOLOGI PENELITIAN

I.J.1. Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk melaksanakan penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam perkembangannya, metode survei memungkinkan menggunakan wawancara sebagai instrument riset disamping kuesioner. Wawancara pada survei digunakan sebatas untuk mengembangkan kuesioner yang diisi responden (Kriyantono, 2008:59). Penyelidikan dilakukan dalam waktu yang bersamaan terhadap sejumlah individu atau unit, baik secara sensus atau dengan menggunakan sampel.

I.J.2. Jenis penelitian

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2008:55). Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian eksplanatif kuantitatif yang menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti (Kriyantono, 2007:69). Yang terpenting dalam penelitian kuantitatif yaitu dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas, walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis baik melalui rumus-rumus statistik maupun kontemporer. Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif yaitu berangkat dari persoalan umum (teori) ke hal khusus sehingga harus ada landasan teorinya (Masyhuri & Zainuddin, 2008:13). Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.

I.J.3. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun dan Effendi, 1989:152). Menurut Masri Singarimbun populasi dibagi menjadi dua jenis, populasi sampling dan populasi sasaran. Penelitian ini menggunakan anggota komunitas *surfing* di Bali sebagai populasi. Peneliti mendapatkan jumlah anggota *Bukit Board Riders* dari data riset *Magic Wave* yang berjumlah 350 orang.

I.J.4. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diharapkan dapat memberikan gambaran dari sifat populasi yang bersangkutan (Rakhmat, 1991:82). Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* atau *sampling purposif*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2008:156). Untuk menjadi sampel dalam penelitian ini, maka harus memenuhi beberapa ketentuan yakni: (1) sampel merupakan anggota *Bukit Board Riders* Bali dan (2) pernah membaca tabloid *Magic Wave*. Pertanyaan penyaring yang digunakan untuk mendapatkan sampel yaitu: “Apakah Anda pernah membaca *Magic Wave*?”.

Ukuran sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan formula sebagai berikut (Kriyantono, 2008:160) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

N : Ukuran Populasi

n : Ukuran Sampel

e : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Dari jumlah populasi sebanyak 350 orang, dengan presisi 10% pada tingkat kebutuhan 90%, maka diperoleh jumlah sampel sebesar:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{350}{1 + 350 (0,1^2)} \\
 &= \frac{350}{4,5} \\
 &= 77,778 \text{ dibulatkan menjadi } 78
 \end{aligned}$$

Dengan demikian jumlah sampel yang diperoleh dari hasil perhitungan ialah sebanyak 78 orang.

I.J.5. Jenis data penelitian

Jenis pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya oleh peneliti (Sunnyoto, 2007:140). Data primer ini diperoleh langsung dari responden berupa jawaban terhadap pertanyaan yang ada pada kuesioner yang terdiri dari intensitas dan kepuasan dalam tabloid *Magic Wave*. Selain itu didapat juga dari wawancara. Wawancara dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai bantuan dalam mengumpulkan informasi (observasi) awal untuk mencari data mengenai subyek yang diteliti. Informasi tersebut meliputi profil tabloid tabloid *Magic Wave* dan profil *Bukit Board Riders* Bali yang terletak di kawasan Bukit Pecatu, Nusa Dua Bali.

I.J.6. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden, disebut juga dengan angket. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono,2006:93). Dalam teknik survei pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sampel penelitian. Kuesioner ini memuat hal-hal yang ingin diteliti seperti intensitas membaca (frekuensi dan atensi) serta informasi dasar mengenai responden yang berhubungan dengan penelitian ini.

Penggunaan kuesioner merupakan hal yang pokok untuk mengumpulkan data. Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei. Jenis pertanyaan ada dua macam, yaitu pertanyaan terbuka; pertanyaan yang jawabannya diisi responden untuk mengetahui identitas responden berdasarkan umur, pernah membaca tabloid *Magic Wave*, frekuensi membaca tabloid *Magic Wave*, dan pertanyaan tertutup; pertanyaan yang jawabannya sudah disediakan, sehingga responden hanya tinggal memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda.

Sebelum menyebar kuesioner, peneliti mengadakan sosialisasi sekaligus pengenalan diri kepada anggota komunitas. Kuesioner disebar pada saat anggota Bukit Board Rider berkumpul saat waktu latihan atau hanya sekedar berkumpul

bersama di kawasan Bukit Pecatu Bali. Masing-masing anggota ditanya apakah mereka pernah membaca tabloid *Magic Wave* atau tidak. Kemudian jika sudah ditemukan jumlah anggota yang pernah membaca tabloid *Magic Wave* sesuai dengan sampel yang ditentukan yang berjumlah 78 responden akan diberi kuesioner untuk diisi.

I.J.7. Skala pengukuran variabel

Untuk mengetahui skala pengukuran variabel maka dibuatlah kuesioner dengan menggunakan skala interval yang mencerminkan operasionalisasi dari masing-masing konsep. Kemudian diklasifikasikan dalam tiga kategori antara lain: tinggi, sedang, dan rendah pada variabel intensitas membaca tabloid *Magic Wave* serta untuk mengetahui kepuasan komunitas *surfing Bukit Board Riders* Bali terdapat kategori puas, cukup, dan tidak puas.

Skala yang digunakan adalah skala interval, untuk mengetahui intervalnya maka digunakan rumus berikut (Sugiyono,2005:27):

$$\text{Interval} = \frac{\text{Jumlah skor tertinggi} - \text{jumlah skor terendah}}{\text{Banyaknya alternatif jawaban}}$$

I.J.8. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas adalah ukuran ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu alat ukur memiliki validitas yang tinggi apabila mampu memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar,1997:5). Dalam penelitian ini uji validitas akan

dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows*. Rumus yang berlaku dengan menggunakan syarat jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 95% maka instrumen tersebut dinyatakan valid, tetapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 95% maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2005:213).

b. Uji Reliabilitas

Setelah suatu alat pengukuran dinyatakan valid, maka berikutnya ialah menguji reliabilitas alat tersebut. Reliabilitas adalah ukuran kepercayaan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya. Hasil pengukuran dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 1997:4). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas terhadap kuesioner dilakukan dengan melihat jawaban responden. Kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban-jawaban responden pada kuesioiner termasuk konsisten atau stabil. Pada program SPSS, pengujian ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

1.J.9. Korelasi Parsial

Korelasi parsial adalah pengukuran dua variabel, dengan mengontrol atau menyesuaikan efek dari satu atau lebih variabel lain. Uji korelasi parsial digunakan karena di dalamnya terdapat variabel ketiga, yaitu variabel kontrol.

Rumus yang digunakan dalam Korelasi Parsial (Dajan, 1986:333), yaitu:

$$r_{ij.k} = \frac{r_{ij} - (r_{ik})(r_{jk})}{\sqrt{(1-r_{ik}^2)(1-r_{jk}^2)}}$$

Keterangan:

$r_{ij.k}$: korelasi antara variabel pengaruh (X) dengan variabel terpengaruh (Y) yang dikontrol oleh variabel kontrol (Z)

r : variabel pengaruh (X)

i : variabel terpengaruh (Y)

k : variabel kontrol (Z)

I.J.10. Regresi Linear

Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab-akibat) atau hubungan fungsional. Menurut Mustikoweni dalam Kriyantono (2007:179), regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih.

Regresi linear terjadi bila kumpulan data dapat dinyatakan berada pada suatu garis lurus (linear). Dalam penelitian ini, analisis regresi menggunakan Regresi Linear Sederhana dengan rumus sebagai berikut (Kriyantono, 2007:181) :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel terpengaruh

X = variabel pengaruh

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila $X = 0$

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel